

Informe Anual 2021

Actitud de liderazgo
por un mundo mejor





Presentación

Contenido

Presentación

- 3 Mensaje del Director General
- 5 Mensaje del Director Financiero
- 6 Equipo de liderazgo experimentado y experto en la industria
- 10 Presencia
- 11 Resumen financiero y de sostenibilidad
- 16 Cadena de valor
- 17 Energía, sostenibilidad y gestión del agua
- 18 Economía circular

Marco estratégico

- 20 Procesos estratégicos
- 22 Principios guía y su relación con los ODS-ONU
- 23 Indicadores de reciclado, eficiencia uso agua y energías limpias

Corredores estratégicos

- 26 Indicadores de éxito
- 27 Marketing responsable
- 28 Digitalización del negocio
- 29 Aspectos de seguridad laboral
- 30 Transformación de la cultura organizacional y estrategia de Desarrollo Humano
- 33 Acciones ante la pandemia por COVID-19
- 34 Resiliencia y disciplina financiera probada ante escenarios adversos

Apéndice EEFF

- 41 Aviso legal

1.

Quiénes somos

Bepensa es un grupo empresarial mexicano, conformado por más de 40 compañías agrupadas en 5 divisiones de negocios: Bepensa Motriz, Bepensa Industrial, Bepensa Spirits, Bepensa Servicios Financieros y Bepensa Bebidas. Juntas, brindan empleo a más de 13,000 personas en 3 países.

Nuestras 59 marcas, muchas de ellas líderes globales en sus categorías, buscan satisfacer las necesidades de más de 350 mil clientes registrados y millones de consumidores en México, Estados Unidos y República Dominicana.

MISIÓN:

Somos un conglomerado que fomenta el desarrollo de negocios de alto desempeño a través del uso de sinergias, ofreciendo productos y servicios orientados a la plena satisfacción de nuestros clientes, consumidores y el talento humano, contribuyendo con la sociedad y generando valor, que permite nuestro desarrollo y permanencia.

VISIÓN:

Ser un grupo empresarial líder, de firme desarrollo y solidez financiera, tanto en el ámbito nacional como el internacional; diversificado e integrado en la industria de bebidas, distribuciones motrices, servicios financieros, empaques, maquinaria y negocios relacionados.

VALORES:

- **Respeto:** Reconocemos los derechos y la dignidad de todas las personas e instituciones con las que tenemos relación.
- **Lealtad:** Nos comprometemos a defender lo que somos y tenemos, y a transmitirlo hacia los demás.
- **Integridad:** Somos gente con actitud de verdad y rectitud en nuestros actos y pensamientos.
- **Excelencia:** Ponemos toda nuestra capacidad y entusiasmo en el trabajo para que los resultados sean de calidad.



Nuestra empresa

Bepensa Bebidas es una empresa responsable y sostenible con 75 años de experiencia en el mercado del Sureste de México. Somos el 3er embotellador más importante de México y el 4to más importante en Latinoamérica.

Bepensa Bebidas produce, comercializa y distribuye un portafolio de 35 marcas de Coca-Cola Company, integrado

por refrescos y bebidas no carbonatadas, listas para beber que se adaptan a todos los gustos y ocasiones. Nuestro modelo enfocado en la atención al mercado nos ha permitido llegar a prácticamente todos los puntos de venta en diversos estados del territorio nacional y la República Dominicana a través de más de 1,400 rutas de distribución.

Propósito

Consumidores felices en un mundo mejor.

Visión

Liderar todas las categorías y momentos de consumo donde participamos de forma rentable, sostenible y socialmente responsable; generando valor para nuestros clientes, colaboradores y comunidad.



2.

Mensaje del Director General

A nuestros grupos de interés:

Bepensa Bebidas es una empresa que se ha adaptado a las demandas que estos últimos años se han vivido alrededor del mundo, nuestra capacidad de respuesta, gestión del cambio y la persistencia por alcanzar nuestros objetivos y metas nos han llevado a alcanzar resultados notables.

El esfuerzo de nuestros colaboradores, las estrategias comerciales e impulso de iniciativas en precio, empaques y plataformas digitales nos han llevado a incrementar el volumen de ventas con respecto al año anterior.

Al iniciar el año, la estrategia comercial fue guiada en México y República Dominicana, por el proyecto “Operación Fénix”, el cual consistió en construir una estrategia integral de reactivación enfocado a las prioridades estratégicas del negocio involucrando a cada área de la organización, lo que nos permitió alinear esfuerzos y así lograr nuestros objetivos.

En la dirección de operaciones, reconocimos la excelencia de nuestras rutas al premiar a los mejores centros de trabajo en telemetría, por optimizar los recursos mediante el monitoreo de flotas y sus hábitos para mejorar las prácticas de seguridad. Para motivar al cuidado de las unidades personalizamos montacargas y camiones, para reconocer a los colaboradores que más cuidan y procuran el mantenimiento de sus unidades.

Para México, el año 2021 ha sido testigo del plan de modernización de nuestros clientes bajo el programa “Prospera”, que nos ha permitido desarrollar y crecer con nuestros socios comerciales, consolidando nuestro liderazgo en el canal tradicional, de igual modo se realizó el lanzamiento de IRED, la herramienta de medición de Ejecución. Asimismo, lanzamos la **Copa Bepensa** para motivar al personal de ventas y operaciones para ser los mejores de Latinoa-



Alonso Gasque | Director General Bepensa Bebidas

mérica. De igual modo, **formamos parte del megasampling más grande de la historia de Bepensa** con el lanzamiento de la nueva Coca-Cola Sin Azúcar y hemos visto llegar el nuevo envase retornable de Coca-Cola 3 litros, reafirmando nuestro compromiso por un mundo sin residuos para 2030. Realizamos el lanzamiento de Fanta Uva y otros productos de temporada como Fanta Halloween y Fuze tea manzana-canela, buscando ofrecer una mayor variedad a nuestros consumidores. La marca Coca-Cola registró un volumen de venta histórico, impulsado por una mayor cobertura de empaques estratégicos y el relanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar.

Mantuvimos nuestro ritmo de inversión constante pese a la incertidumbre, para ampliar nuestra capacidad de productos retornables, actualización de nuestras unidades de reparto, así como reposición y crecimiento de enfriadores.

Mensaje del director general

Hemos acelerado la incorporación de soluciones tecnológicas tanto en el canal detallista y en canal hogar, como Coke Net, App Bepensa, Coca-Cola En tu Hogar, pagos digitales en nuestras rutas, entre otras capacidades, lo cual favorece a mantener constante contacto con ellos y brindarles flexibilidad de acuerdo a sus necesidades y respuestas al entorno actual.

En República Dominicana, la marca Coca-Cola registró un volumen de ventas histórico, impulsado por el crecimiento de Coca-Cola Sin Azúcar. En la categoría de jugos, observamos un crecimiento sostenido con el incremento de nuestra cobertura en Fresh y Tetra. En el canal tradicional, con **nuestro programa “Prospera” apoyamos a 1,354 clientes con equipos, enfriadores y exhibidores para crecer su negocio** y ofrecer al consumidor el portafolio completo de nuestros productos. En el año se desplegó el Programa piloto “Emprendamos juntos”, en donde capacitamos a 200 clien-



tes de tiendas de conveniencia, para ser sólidos y autosuficientes en su negocio, fortaleciendo su ejecución comercial y disciplina financiera, lo que permite un desarrollo sostenido y valor agregado. **Obtuvimos el primer lugar en la 6ª edición de los premios Producción más Limpia organizado por el Ministerio de Medio Ambiente**, al implementar el proyecto “Excelencia agua”, que consiste en la reducción de consumo de agua en los procesos de producción.

Un pilar del área de Desarrollo Humano ha sido la promoción y cuidado de la salud de nuestros colaboradores, alcanzando un **99.2% de población vacunada contra el COVID-19 en México y 99.8% en República Dominicana**.

En México hemos desarrollado un esfuerzo por capacitar y aplicar la encuesta de la NOM 035 de Factores de Riesgo Psicosociales en el trabajo y la NOM 036 de Riesgos ergonómicos por cargas manuales. En temas relacionados con cultura de la organización se diseñaron estrategias de comunicación interna para celebrar con las familias de nuestros colaboradores eventos como día del niño, día de la madre, día del padre, celebraciones patrias, día de muertos, navidad y año nuevo, porque el bienestar de las familias es la gran motivación que tenemos para continuar por un buen rumbo que **contribuye a mantenernos en el top de empresas de Great Place To Work (GPTW)**, en México ocupamos la décima posición en el sector de Manufactura y Producción para empresas con más de 5 mil colaboradores, y en República Dominicana ocupamos el lugar 38; **así mismo buscamos refrendar nuestro compromiso como Empresa Socialmente Responsable (ESR)**.

En el mes de diciembre obtuvimos la aprobación por parte de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) de nuestro programa de CEBUREs, listado en la Bolsa Mexicana de Valores (“BMV”) y emitimos con éxito los primeros certificados bursátiles alineando nuestra estrategia financiera para el crecimiento futuro.

En 2021 alcanzamos niveles récord en ventas y EBITDA, estos sólidos resultados son fruto de una estrategia operativa y comercial puesta en marcha años atrás, además de reflejar nuestra resiliencia, eficiencia y la dedicación de nuestros colaboradores, lo cual nos coloca en un lugar favorable para continuar fortaleciendo nuestra posición financiera y agregando valor a nuestros inversionistas.

Alonso Gasque
Director General Bepensa Bebidas

3.

Mensaje del Director Financiero

A nuestros grupos de interés:

2021 ha representado un año de crecimiento para **Bepensa Bebidas**, hablamos de un 17% en ingresos, respecto al año anterior, el cual nos coloca a niveles previos a la pandemia; este resultado es debido a un mayor volumen de venta y el impulso de iniciativas de precio y empaques que generaron una mezcla favorable en el portafolio de nuestros productos, lo que representó un incremento en el precio promedio por caja unidad del 10.3% respecto al año anterior.

Nuestro costo de ventas obtuvo un incremento de 15.6%, representando un margen bruto de 49.7%, 59 puntos base mayor respecto al año anterior. Nuestras eficiencias operativas y el impulso de una mejor mezcla de productos permitieron compensar los efectos inflacionarios globales, la disrupción en la cadena de suministro, y el aumento de precio de algunas de nuestras materias primas.

Señalando la continuidad de nuestra disciplina financiera, los gastos de administración y venta registraron un incremento de 12.1%, y una mayor inversión en promoción y gastos de publicidad para impulsar las estrategias comerciales, representando un 37.9% con respecto a las ventas y 164 puntos base menor a 2020, lo que nos ha permitido demostrar un claro avance en la gestión de nuestros recursos.

La utilidad de operación tuvo un incremento del 43.3% con un margen de operación de 11.8%, lo que representa 216 puntos base mayor al 2020. **El ebitda obtuvo un incremento de 27.8%, un margen de 15.9%, 135 puntos base mayor al 2020. Los excelentes resultados obtenidos, son reflejo del esfuerzo de nuestros colaboradores, eficiencias operativas y disciplina financiera, que nos han permitido el crecimiento rentable y sostenido.**

Visualizamos superar los resultados gracias a nuestro modelo de negocio integral centrado en el cliente y consumidor, al consolidado portafolio de productos que han trazado una visión a largo plazo y con apertura a la innovación.

Gracias al liderazgo en los territorios donde tenemos presencia y a nuestro equipo experimentado y experto en la industria seguiremos guiando a la empresa hacia el camino de la excelencia en crecimiento sostenido.



Juan Carlos Martin

Director de Finanzas Bepensa Bebidas

4.

Equipo de liderazgo experimentado y experto en la industria

El equipo directivo de Bepensa Bebidas cuenta con la experiencia y habilidades de liderazgo que han favorecido el crecimiento, la creación de valor y la gestión de prácticas de alto impacto con nuestros grupos de interés.



Alonso Gasque Toraya

Director General
Bepensa: 9 años
Industria: 21 años

Juan Carlos Martín Ruiz
Director de Administración y Finanzas
Bepensa: 31 años
Industria: 31 años

José David Escamilla Sosa
Director de Mercadotecnia
Bepensa: 31 años
Industria: 33 años

Fernando del Río Gutiérrez
Director Ejecutivo República Dominicana
Bepensa: 2 años
Industria: 18 años

José Antonio Caballero Bolio
Director Comercial
Bepensa: 2 años
Industria: 32 años

Pablo Enrique Romero González
Director Jurídico
Bepensa: 24 años
Industria: 24 años



Silvino Molina Lara
Director de Operaciones
Bepensa: 27 años
Industria: 27 años

Alejandro Herrera Glenn
Director de Inteligencia de Negocios
Bepensa: 8 años
Industria: 26 años

José de Jesús Bermejo Arcila
Director de Tecnologías de Información
Bepensa: 21 años
Industria: 21 años

Wilbert Jesús Montañez May
Director de Desarrollo Humano
Bepensa: 27 años
Industria: 27 años

Gabriel Arceo Arzápalo
Tesorero Corporativo
Bepensa: 11 años
Industria: 25 años

1.

ALTA DIRECCIÓN

Equipo directivo con basta experiencia en el mercado local e internacional. Historia de estabilidad y crecimiento sostenidos.

2.

DISCIPLINA FINANCIERA

Gobierno corporativo alineado con los intereses de los inversionistas. Creando valor con una adecuada administración de los recursos.

3.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Promotor de prácticas empresariales que generen impacto positivo en la comunidad y en los distintos ámbitos donde Bepensa tiene relación.

5.

Perfil de directivos en Bepensa Bebidas

Las grandes exigencias de la industria representan un reto para el liderazgo y la dirección de la compañía, es por este motivo que en Bepensa Bebidas contamos con un grupo de expertos en diferentes áreas que se han convertido en la punta de lanza en la generación de cambios, diseño e implementación de estrategias, así como al crecimiento y competitividad.



Alonso Gasque Toraya

Director General

Bepensa: 9 años

Industria: 21 años

Alonso Gasque Toraya. Es Licenciado en Economía egresado del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Ha cursado, entre otros, cursos en Harvard Business School y el Programa de Alta Dirección del IPADE en México. Cuenta con una amplia experiencia en estrategia, finanzas y empresas de bebidas/productos de consumo. Durante su trayectoria profesional ha colaborado en Procter & Gamble y JP Morgan Chase Bank en diversos países como Estados Unidos, Brasil y México, especializándose en asesorar empresas del segmento de productos de consumo. En diciembre 2012 ingresó a Grupo Bepensa, donde ha ocupado diversas posiciones dentro del grupo como Gerente de Crecimiento Transformacional, Director de Administración y Finanzas de Bepensa Bebidas, Director del área de estrategia, fusiones y adquisiciones de Grupo Bepensa, y desde abril de 2021 es Director General de Bepensa Bebidas.



Juan Carlos Martín Ruiz

Director de Administración y Finanzas

Bepensa: 31 años

Industria: 31 años

Juan Carlos Martín Ruiz. Es Contador Público egresado de la Universidad de Yucatán en 1987, donde también cursó la especialización de impuestos y marco legal, obtuvo la certificación internacional de lavado de dinero por Florida International Banks Association y, en 2015, la certificación



Silvino Molina Lara

Director de Operaciones

Bepensa: 27 años

Industria: 27 años

Silvino Molina Lara. Es Ingeniero Químico Industrial egresado del Instituto Tecnológico de Mérida. Ha tomado el Programa de Alta Dirección del IPADE en el 2019, Programa de Supply Chain en el Georgia Tech, Programa de Supply Chain en el ITESM, Programa de Desarrollo Gerencial en la Universidad Anáhuac-Mayab. Se incorporó a Bepensa Bebidas en el año 1994, ocupando puestos de Gerencia de Producción, Gerente Regional de Manufactura Yucatán-Campeche, Vicepresidente de Supply Chain en República Dominicana, Gerente Técnico, Director de Manufactura y, actualmente, es Director de Operaciones de Bepensa Bebidas que incluye Manufactura, Logística, Distribución Primaria y Secundaria, Mantenimiento Automotriz-Refrigeración y el área de Sostenibilidad a nivel Grupo Bepensa. También, actualmente, es miembro del Global Supply Chain Leadership Network de Coca-Cola a nivel mundial.



José David Escamilla Sosa

Director de Mercadotecnia

Bepensa: 31 años

Industria: 33 años

José David Escamilla Sosa. Es Egresado del Instituto Tecnológico de Mérida en la carrera de Administración, ha cursado, entre otros, la Maestría en Administración en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán, y el Diplomado de Habilidades Gerenciales por el ITESM, Campus Querétaro. Cuenta con amplia experiencia en el área Comercial tanto en México como en Repú-

blica Dominicana. Forma parte de Grupo Bepensa desde 1990. Ha desarrollado su carrera dentro de la organización, ocupando diferentes posiciones como Gerente de Servicio a Ventas, Gerente Regional de Ventas Tabasco-Veracruz, Gerente de Ventas Mercado Tradicional Mérida, Gerente de Mercados Especiales Yucatán, Gerente de Operaciones de Agua Purificada, Gerente de Marca, Gerente de Modelos de Servicio, Vicepresidente Comercial en República Dominicana, Director General en República Dominicana y, actualmente, es Director de Mercadotecnia de la división de Bepensa Bebidas, posición que ocupa desde el año 2016.



José Antonio Caballero Bolio

Director Comercial
Bepensa: 2 años
Industria: 32 años

José Antonio Caballero Bolio. Es Licenciado en Mercadotecnia por la Universidad Tecnológica de México UNITEC. Ha cursado, entre otros, la Maestría en Mercadotecnia en la Universidad Tecnológica de México, el Diplomado Directivo por la EGADE, Diplomados en Planeación Estratégica y Planeación en la Cadena de Valor. Cuenta con 33 años de experiencia en puestos directivos y comerciales con embotelladores del sistema Coca-Cola. En su trayectoria en Coca-Cola FEMSA destacan: la Dirección Comercial para Centro América, Director para Proyectos Comerciales Latincentro, Director Comercial Sur México, Director Desarrollo Comercial México, Director Estatal Ventas Zona Oriente de la Ciudad de México y Morelos. Desde el 2019 se desempeña como Director Comercial de Bepensa Bebidas.



Wilbert Jesús Montañez May

Director de Desarrollo Humano
Bepensa: 27 años
Industria: 27 años

Wilbert Jesús Montañez May. Es Ingeniero Industrial en Producción egresado del Instituto Tecnológico de Mérida. Ha cursado, entre otros, la Maestría en Administración de Negocios con especialidad en Recursos Humanos en la Universidad Tecmilenio, el Diplomado en competencia en Habilidades Gerenciales por la Universidad Anáhuac-Mayab, y cuenta con la Certificación Yellow Belt por Lean Six Sigma Institute. En marzo de 1994 ingresó a Grupo Bepensa y ha ocupado la Gerencia de Recursos Humanos en los estados de Yucatán, Quintana Roo, Tabasco y la Dirección de Desarrollo Humano en República Dominicana. A partir de abril 2021 es Director de Desarrollo Humano de Bepensa Bebidas.



Alejandro Herrera Glenn

Director de Inteligencia de Negocios
Bepensa: 8 años
Industria: 26 años

Alejandro Herrera Glenn. Es Licenciado en Ingeniería Industrial y de Sistemas egresado de la ITESM, graduado en el año 1995. En el año 2006 terminó sus estudios de maestría en Administración de Empresas con especialidad en Planeación Estratégica también en el ITESM. Ha cursado diversos diplomados en Finanzas, Planeación, Ventas, Liderazgo, Supply Chain en Georgia Tech y Digital Business Strategy en MIT Sloan School of Management. En cuanto a su carrera profesional, es un ejecutivo con 25 años de experiencia en la industria de bebidas, específicamente colaborando con embotelladores del Sistema Coca-Cola en Latinoamérica. En su experiencia de más de 10 años desempeñando cargos a nivel directivo destacan la Dirección de Cadena de Suministro en Grupo CIMSA (2008-2012) y la Dirección de Manufactura para Centroamérica en Coca-Cola FEMSA (2012-2014). En febrero del 2014 ingresó a Grupo Bepensa en la división Bebidas como Director de Cadena de Suministro y, en enero de 2017, asume una nueva responsabilidad como Director Comercial. A partir de 2020 asume un nuevo rol como Director de Inteligencia de Negocios.



José de Jesús Bermejo Arcila

Director de Tecnologías de Información
Bepensa: 21 años
Industria: 21 años

Jose de Jesús Bermejo Arcila. Es Ingeniero en Sistemas Computacionales egresado del Instituto Tecnológico de Mérida, donde se graduó en el año 2000. Estudió la maestría en Administración de redes en la Universidad del Valle de México, Campus Villahermosa, graduado en el 2007. Es graduado del MBA en Alta Dirección por la Universidad Anáhuac, campus Mérida, en el 2016. En mayo del 2000 ingresó a Grupo Bepensa en la división Bebidas como Operador de Cómputo. En el de 2004 asumió el puesto de Jefe de TI en la misma división, en el 2011 asume el puesto de Líder de Proyectos en el corporativo de Grupo Bepensa, en 2012 se integra a la división Industrial como Gerente de TI, en el 2014 asume el puesto de asesor de negocio en la división Financiera, integrándose en 2016 a la división Bepensa Bebidas como director de TI, que desempeña hasta la fecha.



Fernando del Río Gutiérrez

Director Ejecutivo República Dominicana
Bepensa: 2 años
Industria: 18 años

Fernando del Río Gutiérrez. Es Ingeniero Industrial por el Centro Politécnico Superior de la Universidad de Zaragoza (España). Ejecutivo Senior con más de 20 años de experiencia en diferentes Industrias, 15 de ellos en la Industria de Alimentos y Bebidas. Ha vivido y trabajado en 6 países en Europa, Asia, USA y Latam. 7 años de experiencia como Director General, liderando procesos transformacionales. Alto expertise en Gestión de Cuenta de Resultados, Comercial y Operaciones. Durante su trayectoria profesional destacan: Board Director en Asociación de Industrias de RD (AIRD), Asociación de Inversión Extranjera (ASIEX) y Asociación de Industrias de Bebidas No Alcohólicas (Asibenas); Senior Business and Technology Consultant, sectores Banca y Gran Consumo, en Accenture; Director Comercial y Business Integration Manager en Pepsico; Co-Founder and Chief Strategy & Operations Officer en Divanity, an USA Fashion start-up; Managing Director Vietnam, Cambodia and Malaysia, y President Director Indonesia en Grupo AJE. En 2019 se integra a Grupo Bepensa como Director Ejecutivo de República Dominicana.



Gabriel Arceo Arzápalo

Tesorero Corporativo
Bepensa: 11 años
Industria: 25 años

Gabriel Arceo Arzápalo. Es Licenciado en Administración de Empresas egresado del Instituto Tecnológico de Mérida, donde se graduó en 1996. Estudió la maestría en Finanzas en la Universidad Anáhuac-Mayab, y tomó diferentes programas en Finanzas y Negociación en Harvard. En su carrera profesional, trabajó 14 años en el sistema bancario, de los cuales cinco años fueron en Grupo Financiero Bital y los últimos nueve años en Grupo Financiero Santander, desempeñándose como Gerente de Banca Privada. En julio de 2009 ingresó a Grupo Bepensa en el proyecto de Financiera Bepensa, S.A. de C.V., SOFOM, E.R. En marzo de 2010, asumió el puesto de tesorero de la división de Grupo Bepensa que incluye los sectores Bebidas, Industrial y Servicios Financieros. Desde octubre de 2014 se integró al área de soporte como Tesorero Corporativo de Grupo Bepensa, función que desempeña hasta la fecha.



Pablo Enrique Romero González

Director Jurídico
Bepensa: 24 años
Industria: 24 años

Pablo Enrique Romero González. Es Licenciado en Derecho egresado de la Universidad Autónoma de Yucatán, donde se graduó en 1997. Ha tomado programas de Alta Dirección en Harvard Business School y Berkeley University. Cuenta con una Maestría en Alta Dirección y Negocios Internacionales por la Universidad Anáhuac-Mayab. Ha cursado diversos Diplomados Ejecutivos en Derecho Corporativo, Propiedad Intelectual, Derecho Fiscal y Liderazgo. Forma parte de Grupo Bepensa desde 1996, habiendo participado en múltiples procesos de M&A de las cinco Divisiones de Grupo Bepensa, llevando negociaciones estratégicas con TCCC; participó en el proceso de emisión de certificados bursátiles para la división Bepensa Servicios Financieros, así como en diversas alianzas estratégicas con socios y stakeholders. Durante su carrera en Grupo Bepensa, ha ocupado los puestos de Gerente Jurídico de Bepensa Industria, Director Jurídico de la misma división y, actualmente, ocupa el cargo de Director Jurídico de Grupo Bepensa.

6.

Presencia



Bepensa Bebidas, S.A. de C.V. es una empresa dedicada a la producción, comercialización, distribución y venta de bebidas carbonatadas, no carbonatadas, agua purificada, jugos y lácteos bajo las marcas registradas de The Coca-Cola Company (TCCC).

La empresa cuenta con **tres plantas de producción de Refrescos, dos en México y una en República Dominicana, con un total de 21 líneas entre las tres plantas**, en México. Adicionalmente, cuenta con 16 plantas de producción de agua purificada de 20 litros y una planta de producción con dos líneas de “jugos flexibles”, lo que permite alcanzar un total de 39 líneas de producción. Asimismo, contamos con 46 centros de distribución, 36 de ellos en México y 10 en República Dominicana.

Con más de 9 mil empleados operamos **1,442 rutas de reparto y servicio al cliente** para atender a una población de más de 14 millones de personas en México y República Dominicana con un portafolio de más de 40 marcas.

Las principales categorías y marcas dentro de nuestro portafolio son: bebidas carbonatadas (“Coca-Cola”®, “Coca-Cola light”®, “Coca-Cola sin azúcar”®, “Fanta”®, “Sidal Mundet”® y “Sprite”®, entre otras), agua purificada (“Ciel”®, “Cristal”® y “Dasani”®), bebidas energizantes (“Monster”®), isotónicos (“Powerade”®), jugos (“Del Valle”®), lácteos (“Santa Clara”®) y bebidas de soya (“Adés”®).

Bepensa Bebidas opera la franquicia de TCCC en el sureste de México en Yucatán, Campeche y Quintana Roo; así como en República Dominicana. También maneja el garrafón de 20 litros de agua purificada de la marca “Cristal” en Tabasco, Oaxaca, Chiapas y Veracruz; y ocupa el tercer lugar en volumen de ventas en México y el cuarto lugar en Latinoamérica.

Atendemos a más de 14 millones de consumidores en México y República Dominicana.

De acuerdo al volumen de ventas somos el **4o embotellador de Latinoamérica.**



7.

Aspectos destacados del Año Completo 2021

El volumen de ventas incrementó **6.1% a 413 millones de cajas unidad** (“MCU”).

Las ventas netas incrementaron **17% a \$15,344 millones de pesos**.

El costo de ventas incrementó **15.6% a \$7,717 millones de pesos**. El margen bruto fue de **49.7%, un incremento de 59 puntos base**.

La utilidad de operación se incrementó **43.3% a \$1,807 millones de pesos**. El margen de operación fue de **11.8%, un incremento de 216 puntos base**; EBITDA incrementó **27.8% a \$2,444 millones de pesos**. El margen EBITDA fue de **15.9%, un incremento de 135 puntos base**.

La utilidad neta incrementó **38.3% a \$1,043 millones de pesos**.

Todos los aumentos y disminuciones mencionados anteriormente se han determinado en comparación con el periodo correspondiente del año anterior.



8.

Resumen financiero

	2021	2020	Variación %
Volumen (MCU)	413	389	6.1%
Ingresos totales	15,344	13,119	17.0%
Utilidad de operación	1,806	1,260	43.3%
Margen de operación	11.8%	9.6%	216 pb
EBITDA	2,444	1,912	27.8%
Margen de EBITDA	15.9%	14.6%	135 pb
Utilidad por acción	65.88	40.47	62.8%
Activos totales	11,144	11,331	-1.6%
Deuda a largo plazo por préstamos bancarios y pasivos bursátiles	2,726	1,571	73.5%
Capital contable	4,317	4,438	-2.7%
Adquisición de propiedad, planta y equipo	1,257	579	117.1%

*Cifras consolidadas en millones de pesos

*MCU: Millones de Cajas Unidad

*Caja unidad: unidad de medida equivalente a 24 porciones de 8 onzas.

En 2021 alcanzamos niveles récord en ventas y EBITDA, estos sólidos resultados reflejan nuestra resiliencia, eficiencia operativa y la dedicación de nuestros colaboradores.

En 2021 alcanzamos un volumen de venta de 413 millones de cajas unidad ("MCU"), un incremento de 6.1% con respecto al 2020, el crecimiento fue impulsado por la categoría de refrescos que incrementó un 9.5% con respecto al año anterior.

Para el último trimestre del año logramos un incremento en el volumen de ventas de +12.2% respecto al año anterior y de +1.2% respecto a 2019, alcanzando niveles prepandémicos.

Los ingresos totales en 2021 ascendieron a \$15,344 millones de pesos, un incremento de 17.0% respecto al 2020 y 4.3% respecto al 2019, lo que nos coloca a niveles previos a la

pandemia. El crecimiento es resultado de un mayor volumen de venta y el impulso de iniciativas de precio y empaques que generaron una mezcla favorable en el portafolio de nuestros productos, lo que representó un incremento en el precio promedio por caja unidad del 10.3% respecto al año anterior. El volumen de ventas del negocio de bebidas estuvo compuesto en un 85% por las realizadas en México y 15% por las realizadas en República Dominicana. Respecto a la mezcla de ingresos, en México representaron el 78% y en República Dominicana el 22%.

El costo de ventas ascendió a \$7,717 millones, un incremento de 15.6%, representando un margen bruto de 49.7%, 59 puntos base mayor respecto al año anterior. Nuestras eficiencias operativas y el impulso de una mejor mezcla de productos permitieron compensar los efectos inflacionarios globales, la disrupción en la cadena de suministro, y el aumento de precio de algunas de nuestras materias primas.

Los gastos de administración y venta fueron de \$5,813 millones, un incremento de 12.1%, representan un 37.9% con respecto a las ventas y 164 puntos base menor a 2020, reflejando la continua disciplina financiera y una mayor inversión en promoción y gastos de publicidad para impulsar las estrategias comerciales.

La utilidad de operación fue de \$1,807 millones, un incremento del 43.3%, un margen de operación de 11.8%, 216 puntos base mayor al 2020. El EBITDA ascendió a \$2,444 millones, un incremento de 27.8%, un margen de 15.9%, 135 puntos base mayor al 2020. Los excelentes resultados obtenidos, son reflejo del esfuerzo de nuestros colaboradores, eficiencias operativas y disciplina financiera, que nos han permitido el crecimiento rentable y sostenido.

El resultado integral de financiamiento fue de \$323 millones de pesos, presenta un incremento de 0.6% con respecto al año anterior, principalmente por ahorros en costos financieros que compensaron parcialmente el impacto del resultado cambiario.

El impuesto a la utilidad fue de \$477 millones de pesos, lo cual representa un incremento del 51.9% con respecto al año anterior, debido a una mayor utilidad fiscal.

La utilidad neta en 2021 fue de \$1,043 millones de pesos, 38.3% mayor al 2020, como resultado del incremento en el volumen de ventas, el impulso de estrategias comerciales e iniciativas en términos de precio y empaques, nuestra disciplina financiera y eficiencias operativas que nos permitieron compensar parcialmente los retos en la cadena de suministro actuales y el incremento de algunas materias primas.

Resultados operativos

México

México			
	2021	2020	Variación %
Volumen (MCU)	351	335	4.9%
Ingresos totales	12,006	10,140	18.4%
Utilidad de operación	1,625	1,139	42.6%
Margen de operación	13.5%	11.2%	230 pb
EBITDA	2,058	1,555	32.4%
Margen EBITDA	17.1%	15.3%	1.81 pb

*Cifras consolidadas en millones de pesos
*MCU: Millones de Cajas Unidad

Posición financiera y flujo de efectivo

Al 31 de diciembre de 2021, Bepensa Bebidas presentó una posición en caja de \$534 millones y fondeó su capital de trabajo, principalmente, con el flujo de su operación, el cual ascendió a \$2,736 millones.

La deuda con costo de Bepensa Bebidas fue de \$2,925 millones de pesos, integrada por certificados bursátiles por \$2,500 millones y créditos bancarios por 425 millones. Los certificados bursátiles se encontraban denominados en pesos y de los créditos bancarios, el 73.2% se encontraba denominado en pesos dominicanos y 26.8% se denominaba en dólares.

Las inversiones de capital para el año 2021 fueron de \$1,346 millones de pesos, principalmente por la inversión en envases retornables, la compra de maquinaria y equipo para incrementar nuestra capacidad de producción, la actualización de nuestras unidades de reparto, montacargas y vehículos, así como reposición y crecimiento de enfriadores.

En diciembre 2021, obtuvimos la aprobación por parte de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ("CNBV") de nuestro programa de CEBUREs, listado en la Bolsa Mexicana de Valores ("BMV"). Durante el mismo mes, emitimos con éxito los primeros certificados bursátiles alineando nuestra estrategia financiera para el crecimiento futuro.

En el 2021 el volumen de venta fue de 351 MCU, un incremento de 4.9% y los ingresos ascendieron a un nivel record de \$12,006 millones, un crecimiento de 18.4% con respecto al año anterior.

Mantuvimos nuestro ritmo de inversión constante pese a la incertidumbre, para ampliar nuestra capacidad de productos retornables, actualización de nuestras unidades de reparto, así como reposición y crecimiento de enfriadores.

República Dominicana

República Dominicana			
	2021	2020	Variación %
Volumen (MCU)	61	54	13.5%
Ingresos totales	3,338	2,979	12.1%
Utilidad de operación	182	121	49.5%
Margen de operación	5.4%	4.1%	136 pb
EBITDA	386	357	7.9%
Margen EBITDA	11.6%	12.0%	- 44 pb

*Cifras consolidadas en millones de pesos

*MCU: Millones de Cajas Unidad

En 2021, con un crecimiento en todas nuestras categorías, logramos un volumen de venta de 61 MCU, un incremento de 13.5% y los ingresos ascendieron a un nivel record de \$3,338 millones, un crecimiento de 12.1% con respecto al año anterior.

Históricos

Volumen

millones de cajas unidad



Ingresos totales

millones de pesos



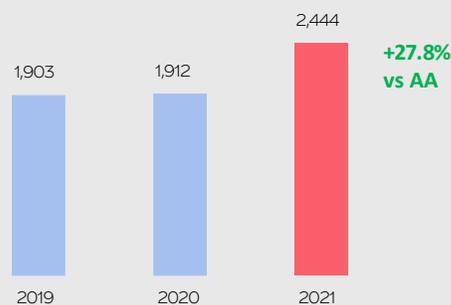
Utilidad de operación

millones de pesos



EBITDA

millones de pesos



9.

Aspectos de sostenibilidad



En **Bepensa** estamos comprometidos con la conservación del medio ambiente en las comunidades donde tenemos presencia para dejar un legado de sostenibilidad para las futuras generaciones. Tenemos la responsabilidad de mantener el equilibrio con el medio ambiente en todas las etapas de nuestros procesos.

Todo el PET recuperado a través de **#ReQPET** y nuestros programas es acopiado y enviado a **Petstar**, la planta recicladora de PET grado alimenticio más grande del mundo, que se ubica en Toluca y es parte de la Industria Mexicana de Coca Cola. Todo el material recuperado es tratado para formar materia prima para la fabricación de nuevos productos PET, integrando de esta manera una economía circular sustentable.

Gracias a que recuperamos **6 de cada 10 botellas que ponemos en el mercado**, Petstar puede procesar 3,100 millones de botellas al año, equivalente a llenar 2.4 veces el Estadio Azteca o formar 5.6 veces la pirámide de Chichén Itzá. Todo este PET recuperado no llega a los océanos.



10.

Cadena de valor

En Bepensa tenemos un claro compromiso con la satisfacción de las necesidades de nuestros grupos de interés, con los que logramos en conjunto resultados exitosos. Para ser líderes en todas las ocasiones de consumo, categorías y ubicaciones geográficas donde tenemos presencia, participamos de manera rentable, sostenible y socialmente responsable.

- **Con nuestros clientes y consumidores:** Ofreciendo productos y servicios que cumplan con los requisitos de calidad e inocuidad
- **Con la gente:** Proporcionando condiciones de trabajo seguras y saludables, para la prevención de lesiones y deterioro de la salud relacionadas con el trabajo, con el compromiso de eliminar peligros y reducir riesgos; promoviendo actividades para la consulta y participación de los trabajadores, manteniendo igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres sin discriminación para el acceso al empleo, reconociendo la equidad, el respeto y trato digno e integral de las personas.

- **Con el medio ambiente:** Con la convicción del desarrollo sustentable, previniendo la contaminación del medio ambiente, mediante el cumplimiento de la normatividad y el fomento de la cultura y consciencia por la protección del medio ambiente, optimizando el uso de recursos a través del monitoreo y control de los procesos.
- **Con la comunidad y autoridades:** Cumpliendo consistentemente con leyes, reglamentos, normas y otros requerimientos aplicables en beneficio de la comunidad y del negocio.

Esto se logra a través de la revisión de las metas y objetivos, y el esfuerzo conjunto hacia el compromiso por la mejora continua del sistema de gestión de negocios y su desempeño, considerando y analizando el contexto de la organización (factores internos y externos), así como los requerimientos de las partes interesadas.

Esta política se mantiene y difunde junto con los demás elementos de la filosofía de la organización como la visión, la misión, el código de ética y valores. Esta política está disponible para el personal, proveedores, contratistas y público en general, en los medios internos de comunicación.

Generación de valor México



COPARMEX



Generación de valor República Dominicana



Cámara de Comercio e Inversión Dominicana Mexicana



11.

Energía, sostenibilidad y gestión del agua



Buscamos constantemente la eficiencia de nuestros procesos para optimización del uso de las energías para disminuir nuestras emisiones a la atmósfera y huella de carbono. Actualmente, la energía eléctrica suministrada a nuestras plantas proviene en un 90% de fuentes limpias y renovables. Asimismo, hemos incursionado en la movilidad eléctrica con una parte de nuestra flota vehicular; dentro de nuestras plantas utilizamos montacargas que funcionan totalmente con energía eléctrica, y fuera de nuestras instalaciones, utilizamos automóviles totalmente eléctricos.

Nuestros enfriadores ubicados en los comercios de nuestros clientes funcionan al 100% con gases refrigerantes que no agotan la capa de ozono, y dentro de nuestras instalaciones hacemos lo mismo con los equipos de aire acondicionado. En nuestras construcciones nuevas y existentes privilegiamos el uso de iluminación natural y utilizamos lámparas de bajo consumo eléctrico (tecnología led), así como con instalaciones cómodas, funcionales, inclusivas y adecuadas que cuentan con el distintivo GPTW (Great place to Work).

Hemos dado un paso más allá como Empresa Socialmente Responsable, proporcionándoles a nuestros clientes asesoría técnica, financiera y apoyo, con el suministro de sistemas fotovoltaicos (paneles solares), para contribuir con su economía y, a la vez, con la disminución de emisiones a la atmósfera.

A la fecha, se ha beneficiado a 400 clientes (400 instalaciones), equivalentes a 2.24 MW instalados.

Hemos realizado diferentes estrategias en los últimos años para mejorar el proceso de distribución de los productos y contribuir a la rentabilidad del negocio, destacando la implementación de telemetría en todas las rutas de distribución, lo cual ha permitido realizar recorridos lógicos, así como monitorear en tiempo real dichas rutas, logrando disminuir y optimizar los viajes realizados, lo que tiene un impacto positivo en el gasto de combustible, el cual es el segundo gasto más relevante.

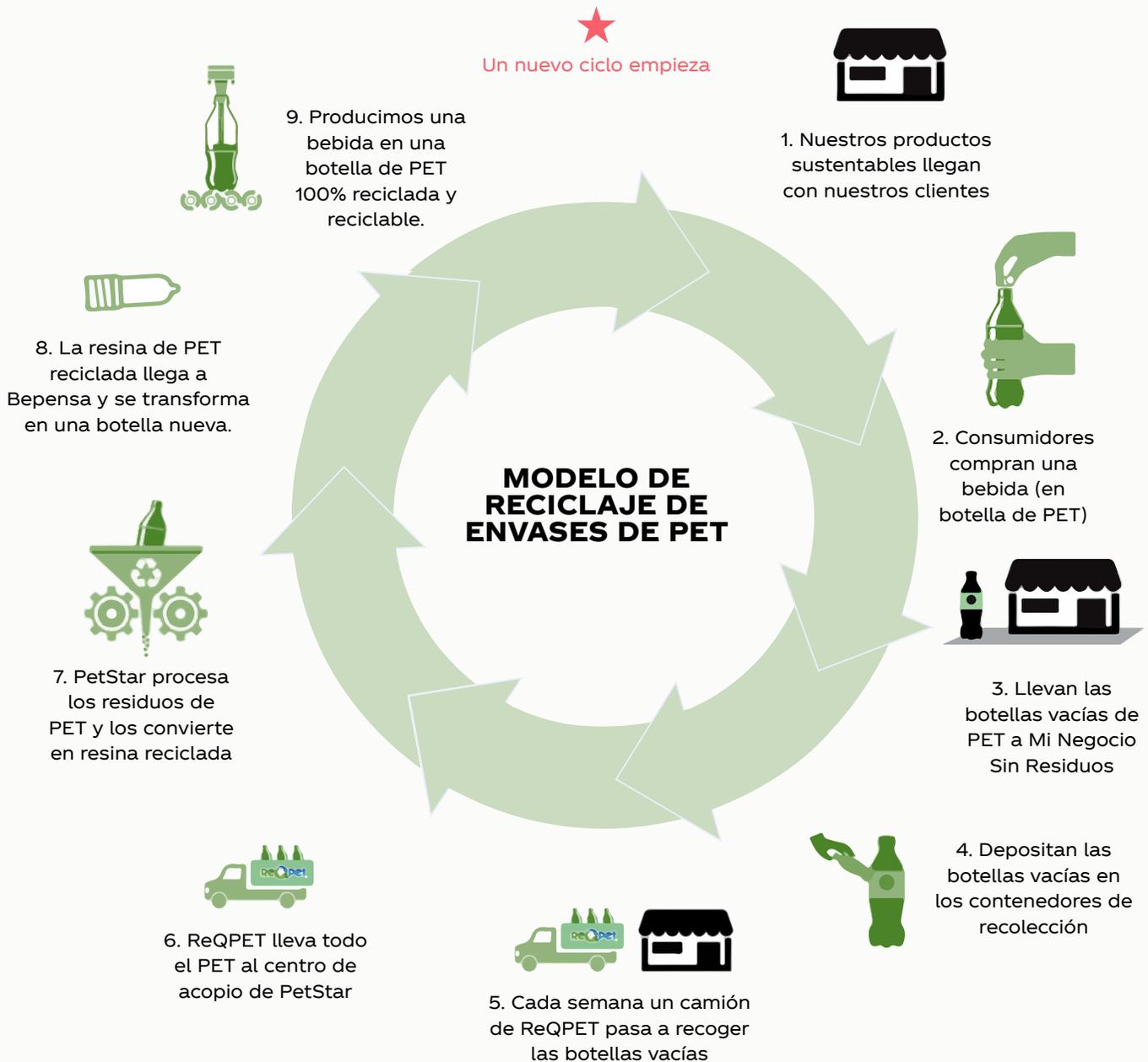


12.

Economía circular

El planeta, como las personas, son importantes. Es por eso que compartimos con nuestros consumidores la preocupación por el medio ambiente y por aportar a que nuestro mundo sea cada vez mejor.

Impulsamos el uso de envases retornables como una opción de economía circular para conseguir un **Mundo sin Residuos**. Nuestra botella azul de agua purificada Cristal no trae plástico nuevo al mundo, porque está fabricada con resina 100% reciclada, lo que a su vez la hace totalmente reciclable. Bepensa ha integrado en su portafolio la “botella única”, un envase de PET que está sustituyendo la botella retornable actual. Destaca su capacidad de dar hasta 25 vueltas antes de ser reciclada y transformada en nuevas botellas u otros productos para tener más de una vida útil.



Marco estratégico

Presentación

- 3 Mensaje del Director General
- 5 Mensaje del Director Financiero
- 6 Equipo de liderazgo experimentado y experto en la industria
- 10 Presencia
- 11 Resumen financiero y de sostenibilidad
- 16 Cadena de valor
- 17 Energía, sostenibilidad y gestión del agua
- 18 Economía circular

Marco estratégico

- 20 Procesos estratégicos
- 22 Principios guía y su relación con los ODS-ONU
- 23 Indicadores de reciclado, eficiencia uso agua y energías limpias

Corredores estratégicos

- 26 Indicadores de éxito
- 27 Marketing responsable
- 28 Digitalización del negocio
- 29 Aspectos de seguridad laboral
- 30 Transformación de la cultura organizacional y estrategia de Desarrollo Humano
- 33 Acciones ante la pandemia por COVID-19
- 34 Resiliencia y disciplina financiera probada ante escenarios adversos

Apéndice EEFF

- 41 Aviso legal



1.

Marco estratégico

Objetivos y estrategia de la gerencia

Mantener nuestro liderazgo en la venta de bebidas no alcohólicas en las regiones en donde operamos, y continuar expandiendo nuestro ya robusto portafolio, transformando y mejorando nuestra capacidad operativa y fomentando la sostenibilidad en el negocio para crear un valor económico, social y ambiental para todos los que participan en el negocio.

Maximizar el crecimiento y la rentabilidad a través de nuestro modelo de negocio integral centrado en el cliente y consumidor, llevando a cabo las siguientes estrategias clave:

- (i) **Incrementar los ingresos;**
- (ii) **Incrementar la rentabilidad de nuestras categorías;**
- (iii) **Acelerar la digitalización de nuestros procesos principales;**
- (iv) **Empoderar a nuestros colaboradores para que dirijan esta transformación;**
- (v) **Crear una organización firme y ágil enfocada en la creación de valor, y**
- (vi) **Mejora continua y excelencia operativa.**

Procesos estratégicos



Planeación estratégica

Nuestra herramienta de gestión permite establecer el quehacer y el camino que debe recorrer la empresa para alcanzar las metas previstas, tomamos en cuenta los cambios y demandas que el entorno exige; por este motivo, resulta fundamental para la toma de decisiones prestar atención a los siguientes componentes: **Dirección estratégica y revisión por la Dirección.**

Dirección estratégica. La alta Dirección asegura la medición, análisis y mejora, la asignación de recursos, rendición de cuentas, establecimiento de la política y objetivos, la comunicación efectiva, manteniendo el Sistema de Gestión de Negocios, realizando la revisión gerencial, comprometiendo, dirigiendo y apoyando a las personas, para contribuir a la eficacia del Sistema de Gestión del Negocio, promoviendo la mejora.

Revisión por la Dirección gestiona el presupuesto y los recursos necesarios para el mantenimiento y mejora del Sistema de Gestión de Negocios en sus 4 disciplinas.

Mejora continua: Establece la estrategia para el mejoramiento continuo, mediante el desarrollo de las capacidades del personal y el uso de herramientas de lean 6 sigma, para obtener procesos confiables, efectivos, eficientes y rentables. El alcance de estos procesos estratégicos es para todas las operaciones de plantas productoras de refrescos, jugos y agua purificada.



2.

Modelo de negocio integral centrado en el cliente y consumidor

Crecimiento inorgánico: para lograr un crecimiento acelerado en una industria madura, es indispensable impulsar crecimiento inorgánico a través de M&A.

Alineación Coca Cola: Somos parte de un sistema que solo puede ganar trabajando en equipo.

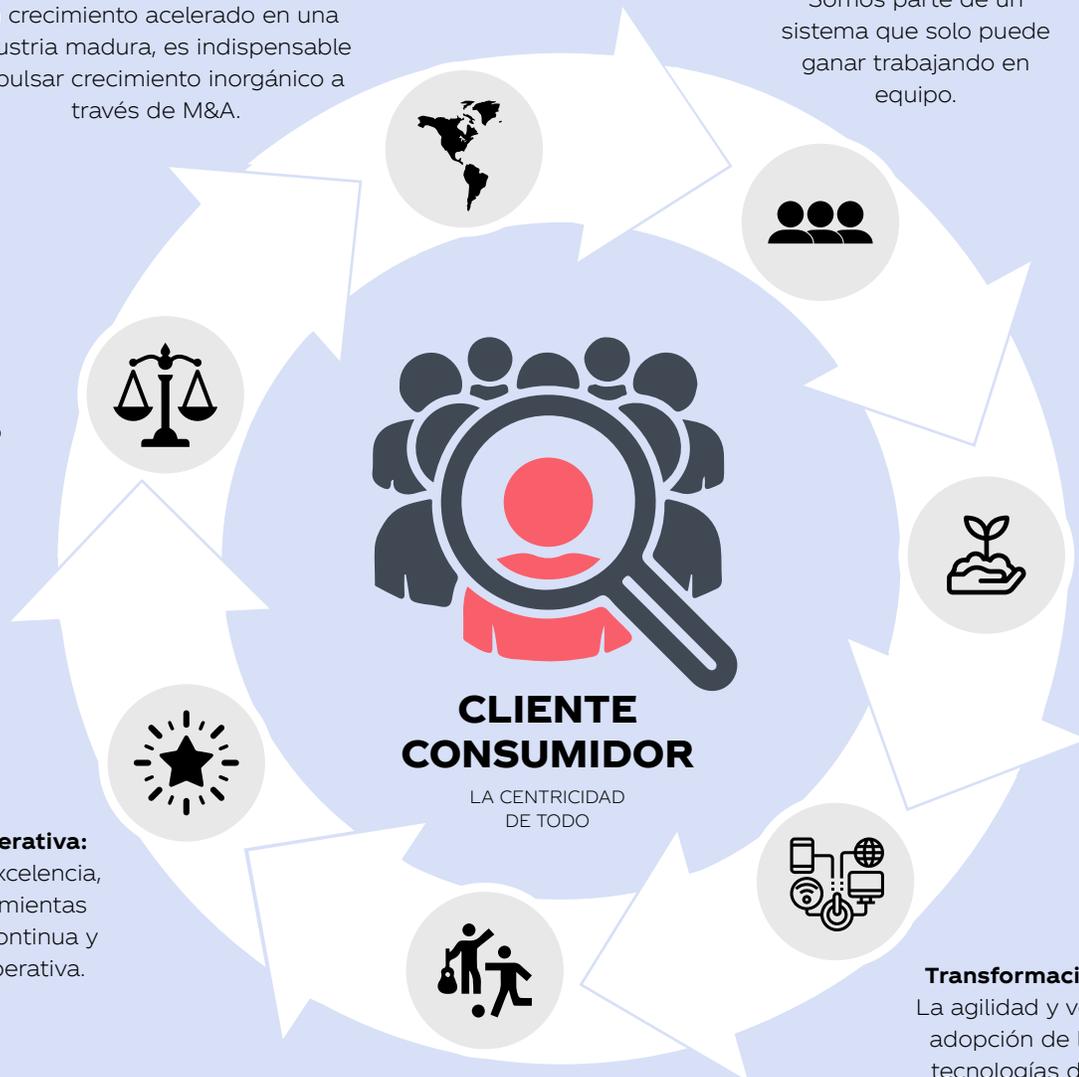
Crecimiento rentable orgánico: nuestro crecimiento siempre tendrá un balance entre la dominancia del mercado y la rentabilidad.

Sostenibilidad: Crear valor social y una excelente reputación corporativa serán la piedra angular de nuestro éxito futuro.

Excelencia operativa: La meta es la excelencia, nuestras herramientas son la mejora continua y la disciplina operativa.

Transformación digital: La agilidad y velocidad de adopción de las nuevas tecnologías digitales es una competencia crítica de negocio que necesitamos desarrollar.

Desarrollo humano gente, talento y cultura: Nuestra máxima prioridad siempre será el desarrollo de nuestra gente y la cultura porque son la clave del éxito.



3.

Principios guía y su relación con los ODS-ONU

Como parte del compromiso que Bepensa tiene con la responsabilidad social, a continuación se presenta algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas y cómo los principios guía de la empresa son compatibles y suman acciones en favor de los ejes trazados para el mejoramiento social a 2030.



- Fin de la pobreza:** El crecimiento económico debe de ser inclusivo, por ello Bepensa Bebidas refrenda su compromiso de generar empleos sostenibles y ser un espacio de crecimiento laboral, incluso ha sido certificada por el Great Place To Work como uno de los mejores lugares para trabajar.
- Salud y bienestar:** Garantizar una vida saludable y el bienestar universal. Bepensa ha creado parques al servicio del público para fomentar un tejido social sano y familiar. Asimismo, cuenta con el Centro cultural y deportivo “Fernando Ponce G. Cantón”, al servicio de sus colaboradores. En este espacio se fomentan hábitos de salud y se fomenta una vida saludable en pro de la prevención del bienestar tanto psicológico-emocional como físico.
- Educación de calidad:** La educación es la base para el desarrollo sostenible, por lo cual Bepensa cuenta con espacios educativos y culturales al servicio de las familias de los colaboradores e incluso tiene un programa de becas para fomentar el desarrollo educativo de sus colaboradores y familias. De igual forma se fomenta el fortalecimiento de esta temática a través de programas y campañas como Ser grande, ReQPet y Actívate en tu parque.
- Reducción de las desigualdades:** en Bepensa Bebidas sabemos que las mujeres son el corazón de las tienditas en México y son fundamentales para las comunidades y la reactivación económica del país, por ello, la IMCC las ha acompañado desde hace 95 años en impulsarlas en el lugar de trabajo, y en el mundo en general, a través de acciones globales y locales.
- Ciudades y comunidades sostenibles:** En Bepensa Bebidas creemos que es responsabilidad de nuestros colaboradores y sus familias agregar valor y contribuir al desarrollo de las comunidades donde estamos presentes dejando una “huella local”. Para ello promovemos la participación voluntaria en diversas iniciativas sociales, independientes de las acciones de nuestra Fundación, a través de nuestro programa de Voluntariado Empresarial.
- Acción por el clima:** En Bepensa tenemos la responsabilidad de mantener el equilibrio con el medio ambiente en todas las etapas de nuestros procesos, reduciendo y haciendo más eficiente el uso de los recursos necesarios para nuestra operación. Nuestra estrategia ambiental está fundamentada en 4 pilares: energía, envases y residuos, clima y agua.



4.

Indicadores de reciclado, eficiencia uso agua y energías limpias



Hoy nuestro portafolio se compone en un 47% por envases retornables, la Industria Mexicana de Coca-Cola se ha planteado alcanzar el 50% como parte de su meta global para **conseguir un “Mundo sin Residuos”**, la cual propone atender todo el ciclo de vida de los envases, desde su diseño y fabricación, hasta su reciclaje y reutilización. Esta meta busca además recuperar y reciclar el 100% de sus envases vendidos para 2030, ámbito en el que ya presenta importantes resultados al ser el principal reciclador de PET grado alimenticio en México.

#1

Es el lugar que ocupamos como recicladores de PET grado alimenticio en México.

100%

Del agua que usamos en nuestros procesos es tratada, reutilizada y devuelta a la naturaleza desde 2015.

Buscamos constantemente nuevos materiales para aligerar nuestros envases y utilizar cada vez menor cantidad para su fabricación. De igual forma, incorporamos 34% de material PET reciclado en nuestros envases en presentaciones de 1,000 ml y 600 ml, cuyo material proviene de la planta de reciclado de PET.

Nuestra meta es implementar en 8 plantas el programa “Cero residuos” y con esto alinear a todas las plantas productoras de refrescos y agua purificada de la Península de Yucatán.

6 de 10

son las botellas que recuperamos y reciclamos actualmente.

36%

Es lo que hemos logrado disminuir el consumo de agua en nuestras plantas embotelladoras



Nuestro programa estratégico de sostenibilidad tiene cuatro ejes pilares:

- 1. Un mundo sin residuos:** En Bepensa diseñamos y fabricamos envases amigables con el medio ambiente para reducir la generación e impacto de residuos en todas nuestras operaciones. Gracias a ello hemos logrado optimizar procesos de recolección y reciclaje de nuestros envases. Así mismo, Bepensa extiende y consolida su compromiso con la sustentabilidad a través de la continua participación y apoyo a programas, de la sociedad civil y gobierno que están orientados a la reducción de residuos.
- 2. Energía limpia:** Hemos implementado el proyecto “Eko Tienda”, que brinda la posibilidad a nuestros clientes de acceder a la instalación de paneles solares, asimismo incorporamos en nuestros refrigeradores tecnología inverter para mitigar el consumo de energía e incorporamos vehículos eléctricos que regulan y reducen el consumo de energía de forma inteligente. Con nuestro programa “Prospera” apoyamos a 1,354 clientes con equipos, enfriadores y exhibidores para crecer su negocio y ofrecer al consumidor el portafolio completo de nuestros productos.
- 3. Reducción de la huella de carbono:** Hemos optimizado el uso de fuentes de energía para la elaboración de nuestros productos gracias al seguimiento de buenas prácticas de eficiencia.
- 4. Eficiencia en el uso del agua:** Obtuvimos el primer lugar en la 6a edición de los premios Producción más Limpia organizado por el Ministerio de Medio Ambiente, al implementar el proyecto “Excelencia agua”, que consiste en la reducción de consumo de agua en los procesos de producción. Teniendo como líneas estratégicas:

 - Reducción del consumo y utilización de agua.
 - Recuperación de agua.
 - Tratamiento de aguas residuales.
 - Reutilización del agua tratada.
 - Fomento de la vida acuática utilizando agua tratada.
 - Campaña de cuidado del agua.
 - Balance de agua.
 - Optimización de equipos e inspección de fugas.

Así mismo estamos **comprometidos con la limpieza del agua** y participamos continuamente en las campañas orientadas a reducir la contaminación del manto acuífero con programas dirigidos a la limpieza de cenotes, mares y costas.

En el año se desplegó el Programa piloto “**Emprendamos juntos**”, en donde capacitamos a 200 clientes de tiendas de conveniencia, para ser sólidos y autosuficientes en su negocio, fortaleciéndolos en su ejecución comercial y en disciplina financiera, permitiendo un desarrollo sostenido y valor agregado.





Corredores estratégicos

Presentación

- 3 Mensaje del Director General
- 5 Mensaje del Director Financiero
- 6 Equipo de liderazgo experimentado y experto en la industria
- 10 Presencia
- 11 Resumen financiero y de sostenibilidad
- 16 Cadena de valor
- 17 Energía, sostenibilidad y gestión del agua
- 18 Economía circular

Marco estratégico

- 20 Procesos estratégicos
- 22 Principios guía y su relación con los ODS-ONU
- 23 Indicadores de reciclado, eficiencia uso agua y energías limpias

Corredores estratégicos

- 26 Indicadores de éxito
- 27 Marketing responsable
- 28 Digitalización del negocio
- 29 Aspectos de seguridad laboral
- 30 Transformación de la cultura organizacional y estrategia de Desarrollo Humano
- 33 Acciones ante la pandemia por COVID-19
- 34 Resiliencia y disciplina financiera probada ante escenarios adversos

Apéndice EEFF

- 41 Aviso legal

1.

Corredores estratégicos

Indicadores de éxito

Uno de los elementos de mayor importancia en la estrategia comercial de **Bepensa Bebidas** es colocar sus productos en los lugares de más fácil acceso para sus consumidores. Por lo tanto, el proceso de distribución es clave en las operaciones.

Los territorios que Bepensa Bebidas atiende en México presentan los más altos niveles de consumo per cápita de productos Coca-Cola en el país. Los factores particulares que influyen en los altos niveles de consumo de las regiones que atendemos son: (i) la presencia de la marca desde 1947; (ii) un clima particularmente caluroso; (iii) una gran fuerza de distribución, y (v) costumbres alimenticias.

Con más de 9 mil empleados operamos 19 plantas embotelladoras (tres de Refrescos y 16 de agua purificada) y 46 centros de distribución, nuestra red de distribución comprende 1,442 rutas de reparto y servicio al cliente para atender a una población de más de 4.4 millones de personas en la Península de Yucatán y de 10 millones en República Dominicana.

Al 31 de diciembre de 2021, Bepensa Bebidas atendía más de 53 mil puntos de venta y más de 136 mil hogares en México y casi 63 mil clientes en República Dominicana.

Nuestra estrategia en el proceso de distribución depende en gran medida del Canal que se esté atendiendo. El proceso de distribución y ventas comienza con los vendedores, que generalmente visitan tres veces a la semana a los casi 116,000 clientes comerciales en todas nuestras operaciones, lo cual aumenta la eficiencia en las ventas y distribución, ya que permite cargar los camiones de reparto con la mezcla de productos que previamente ordenaron los detallistas.

Asimismo, nuestro servicio de venta al hogar visita dos veces por semana a **más de 136 mil hogares** para venta directa de Refrescos y de agua purificada en garrafón; este servicio solo

lo tenemos en México. En la mayoría de los territorios de Bepensa Bebidas se utiliza el sistema de pre-venta, mientras que en otros se utiliza la venta directa, como es el caso de la Ruta Hogar.

Hemos realizado diferentes estrategias en los últimos años para mejorar el proceso de distribución de los productos y contribuir a la rentabilidad del negocio, destacando la implementación de telemetría en todas las rutas de distribución, lo cual ha permitido realizar recorridos lógicos, así como monitorear en tiempo real dichas rutas, logrando disminuir y optimizar los viajes realizados, lo que tiene un impacto positivo en el gasto de combustible, el cual es el segundo gasto más relevante.

Como se mencionó anteriormente, utilizamos el sistema de pre-venta en prácticamente todos nuestros territorios. Los sistemas de pre-venta se apoyan con sistemas que corren en los Smart Phones con los que se capturan, entre otros datos, los pedidos de los clientes. Posteriormente, los pedidos capturados se concentran en las bases de datos de los CEDIs, para así cargar los camiones el día de reparto. Los camiones de reparto tienen asignadas rutas específicas, sin embargo, el número de “recargas” por día por ruta varía a lo largo del año, debido a la estacionalidad que se presenta en el consumo de productos.

La venta de los productos de Bepensa Bebidas es estacional en los países donde opera, ya que los niveles de ventas generalmente aumentan durante los meses de verano y durante la temporada decembrina; normalmente alcanzan sus niveles de venta más altos durante los meses de abril a agosto, así como durante las celebraciones de fin de año en diciembre.

El promedio anual operado en México fue de **1,206 rutas de reparto** para atender la demanda de nuestros clientes que van desde las grandes cadenas comerciales, hasta pequeñas misceláneas, estanquillos, puestos de comida ambulantes y casas habitación, pasando por escuelas, centros de trabajo, restaurantes y bares, parques de diversiones y centros deportivos, entre otros. Además, hay rutas específicas que atienden cadenas comerciales y otras que atienden exclusivamente máquinas vending. En algunos casos se emplean unidades de reparto específicamente para eventos masivos.



2.

Marketing responsable



Los medios de comunicación más frecuentemente utilizados para las campañas de publicidad son **televisión, radio, prensa y revistas, tableros, paredes, boletines, fachadas, transportes, anuncios de neón y espectaculares**. Es preciso señalar que la publicidad en medios digitales va ganando terreno, el uso de los diferentes medios de comunicación depende de cada campaña en particular y el público objetivo al que esté dirigido.

Por otro lado, realizamos varias campañas promocionales anuales que tienden a ser mucho más seccionadas y regionales. Estas promociones son presentadas y aprobadas, previamente a su lanzamiento, por la Industria Mexicana de Coca-Cola o Coca-Cola Latin Center, según corresponda, la que apoya no solo en lo económico, sino también en la parte operativa de dicha promoción.

Los métodos y medios utilizados en las campañas promocionales son: **equipos entregados en comodato, tales como mesas, sillas, hieleras, refrigeradores; muestreos líquidos; promociones a detallistas y a hogares; ferias y exposiciones, entre otros**. En algunos casos, las promociones son también apoyadas con anuncios en medios masivos de comunicación.

En algunos casos, las embotelladoras aconsejan a los minoristas y pequeños establecimientos sobre la forma de optimizar la presentación de sus productos en sus anaqueles y refrigeradores con el fin último de incrementar las ventas de productos Coca-Cola, situación que no solo conviene a la embotelladora, sino también al dueño del establecimiento.

En este sentido, se tiene un programa institucional denominado **"Prospera"**, el cual tiene por objeto la activación de clientes, que consiste en la decoración del local, apoyo publicitario de Coca-Cola, así como el otorgamiento en comodato de un refrigerador, entre otras cosas.



3.

Digitalización del negocio



Durante los últimos años hemos realizado inversiones para modernizar y mejorar nuestras instalaciones, los procesos operativos y de producción, destacando:

- Aumento en la capacidad de nuestras plantas embotelladoras en el llenado de productos carbonatados y no carbonatados no retornables PET, mediante la instalación de dos nuevas líneas integradas (soplado y llenado) de producción, una en México y otra en República Dominicana, así como una llenadora en México, que permite un incremento del 27% en productos carbonatados retornables.
- Monitoreo de las líneas de producción a través de un sistema Line View, que permite conocer en tiempo real su desempeño, obteniendo información confiable, proveniente directamente del sistema, con el objetivo de mejorar eficiencias y mantenimientos.
- Instalación de almacenes inteligentes para el control de refacciones industriales y automotrices, que permiten la eliminación de diferencias y, sobre todo, mejora los tiempos de atención a los usuarios.
- Instalación de sistemas de rastreabilidad de rutas y montacargas a través de un sistema GPS que permite mejorar el desempeño de las unidades y la optimización de recorridos.
- Implementación de pickeo automático de rutas a través de un sistema de dictado por voz. Dicho programa permite la eliminación de errores y el incremento en la productividad del proceso.



4.

Aspectos de seguridad laboral



Bepensa Bebidas cuenta con el personal competente, para la realización de productos de calidad e inoos, proveer el personal capacitado para obtener resultados satisfactorios en los diferentes procesos, considerando los aspectos ambientales y los riesgos de seguridad y salud ocupacional. **La responsabilidad social y la sostenibilidad se considera como uno de los pilares estratégicos de gestión de Bepensa Bebidas.**

A través del programa **Seguro te queremos**, se establece una estrategia de **comunicación, capacitación y prevención de accidentes, manejo adecuado de equipos de protección personal, conducción segura, manejo de maquinarias, conducción, entre otras**, que garantizan que todo el personal cuente con las habilitaciones o certificaciones correspondientes a sus áreas de operación.

Concluimos el 2021 con un LTIR (Lost Time Incident Rate o Tasa de incidentes de tiempo perdido) de 0.55 en México, que representa una disminución del -50% y de 0.81 en República Dominicana, que corresponde a un -20% menos respecto al año anterior. En tema de Tasa de Colisiones el resultado fue de 6.74 en México, representando una disminución del -9% y de 8.73 en República Dominicana, que equivale al -15% respecto al año anterior.



5.

Transformación de la cultura organizacional y estrategia de Desarrollo Humano

La cultura laboral en Bepensa se enfoca en las siguientes premisas:



- **Invertir en la modernización de los sistemas de nómina**, con la finalidad de que sea más accesible y comprensible para nuestros colaboradores.
- **Garantizar la estabilidad laboral**, a través de la transparencia de los convenios colectivos de trabajo alineados a la legislación vigente.
- **Mantener un sistema de capacitación continua** para la profesionalización de nuestros colaboradores como líderes laborales.
- **Fortalecer los procesos** de sucesión en puestos claves y construir una cultura de talento y liderazgo generación tras generación.
- **Ser una empresa multicultural, diversa e incluyente.** Bepensa está comprometida con la equidad y diversidad de género y por ello ha implementado un comité de equidad y diversidad de género. (25% en N1,N2 y N3 en 3 años).
- De igual manera, está **comprometida con la inclusión de colaboradores con discapacidad.** (0.7% en 3 años). Ser una empresa atractiva para atraer talento: Bepensa Bebidas desarrolla de forma permanente y pertinente proyectos ejecutivos que involucran talento local, nacional e internacional para el desarrollo de alianzas estratégicas.
- **Ser el mejor lugar para trabajar.** Bepensa es una empresa sólida que ofrece un clima laboral enfocado en el liderazgo, la equidad, el respeto y una cultura laboral de capacitación y desarrollo continuo de talento. Ha sido certificada por Great Place To Work dentro del Top 25 en México de las mejores empresas para trabajar.
- **Colaboradores satisfechos y sanos.** Se cuenta con el programa Bienestar Bepensa, el cual da un seguimiento del estado de salud de sus colaboradores para mantenerlos en un estado óptimo. El programa se centra en la detección oportuna de enfermedades metabólicas y psicosociales. Adicionalmente, se cuenta con el programa Seguridad basada en el comportamiento; el cuál promueve valores de trabajo en equipo, actitudes responsables y conductas de prevención que garanticen la seguridad en el lugar de trabajo y entre colaboradores.

En Bepensa Bebidas, los sueldos son revisados anualmente y otorgamos los incrementos al personal ejecutivo y empleados en función de un proceso de evaluación de desempeño. Los sueldos del personal sindicalizado se revisan anualmente a través de negociaciones con los sindicatos correspondientes.

Las prestaciones del personal ejecutivo, empleados y sindicalizados pueden variar dependiendo la planta donde laboran y de acuerdo con el contrato colectivo de trabajo; sin embargo, consideramos que los sueldos y prestaciones cumplen o están por arriba de las exigidas por la ley. **El número total de colaboradores al 31 de diciembre de 2021 es de 9,809. De los cuales 7,449 laboran en México y 2,360 en República Dominicana.**



Actualmente, el 38% de nuestra plantilla corresponde a personal no sindicalizado y el 62% a personal sindicalizado. Del total de colaboradores, el 33% corresponde a personal de ventas, el 14% a manufactura, el 43% a logística y distribución, y el 10% a áreas administrativas y soporte.

Bepensa tiene como máxima prioridad el **desarrollo del talento de sus colaboradores**, ya que sabemos que las personas son la llave del éxito, a través de la **plataforma GIT (Gestión Integral de Talento)**, disponible para todos los colaboradores, se pueden encontrar cursos de capacitación, tutoriales, vacantes, acceso a su expediente y desempeño. Además de encontrar en el mismo sitio servicios como: **solicitud de vacaciones, nómina, servicios externos (INFO-NAVIT, IMSS, SAT, FONACOT), servicios internos disponibles (APP Salud Bepensa, promociones y tasas preferenciales, disponibilidad de salas de capacitación** y el acceso a los documentos normativos, así como también formatos de solicitud de permisos especiales, guardería, liga de registro a las clases del Deportivo Cultural para hijos de colaboradores, descuento en refrescos, constancias de ingreso.

En tema de compensaciones y beneficios, contamos con el **acceso a Beneplus** (plataforma que se habilita cada año en el mes de noviembre para seleccionar beneficios o servicios con tasas favorables o precios más bajos que el mercado), información y calendario de vales de despensa, fondo de ahorro y caja de ahorro.

También se han creado **estrategias de comunicación interna** enfocadas a la creación de mensajes que dan seguimiento la información clave, eventos y acciones de clima organizacional a modo de extender el orgullo, lealtad y compromiso por parte de los colaboradores hacia Bepensa Bebidas, a través de la campaña anual Actitud Bepensa Bebidas, este año se lanza "Actitud 2.1", de la cual se distingue el uso de canales oficiales como el correo electrónico, los tableros de avisos, difusiones y redes sociales como Facebook, Youtube, WhatsApp e Instagram. De igual modo, bajo el concepto Somos Bepensa, slogan que hace referencia al orgullo de formar parte del Grupo, bajamos diferentes mensajes en nuestros medios internos de comunicación (facebook, instagram, correo electrónico, líneas de atención de WhatsApp, medios impresos), como mensajes enfocados en el Bienestar Bepensa, con temas de cuidado de covid, salud física y mental; tema de seguridad, para concientizar a los colaboradores sobre la importancia que tiene el uso de los equipos de seguridad, manejo a la defensiva, entre otros; también difundimos información relevante de las áreas.



En Bepensa, una de las prácticas que nos caracteriza es la de celebrar momentos especiales a lado de nuestros compañeros y fomentar con ello la integración y un mejor ambiente laboral.

La llegada del COVID no ha sido impedimento para que entre departamento celebremos cumpleaños de manera virtual, y en ocasiones los departamentos se organizan para hacer llegar un detalle al colaborador.

Hemos celebrado el Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, mediante transmisiones especiales, donde además de manejar dinámicas con fotos y shows especiales, también tuvimos sorteos de muchos regalos y artículos útiles para los colaboradores y sus familias.

Celebramos y reconocemos la contribución y la lealtad de nuestros colaboradores, felicitando y recordando su aniversario en la compañía. Para los que cumplen 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 o más años de trayectoria en Bepensa, hacemos mención especial en redes sociales agradeciendo su compromiso, además de que año con año reciben un cuadro y un artículo conmemorativo que va desde un llavero de plata hasta relojes y monedas de oro. Dichos artículos los reciben de manos de los compañeros de Desarrollo Humano y Líderes de cada División en ceremonias donde cuidamos los protocolos de COVID, como la sana distancia, el uso de gel antibacterial y cubrebocas.

Los que cumplen de 20 años en adelante, entran al sorteo de pantallas y laptops, sin duda, haciendo de esta ceremonia un evento esperado por los homenajeados.



6.

Acciones ante la pandemia por COVID-19



- La situación del COVID permitió que el teletrabajo o la modalidad híbrida se quedará siempre y cuando las actividades del puesto lo permitan.
- Actualmente contamos con 2 colaboradores identificados como personas vulnerables en República Dominicana, mismos que no han regresado a la oficina y están monitoreados constantemente por el personal de salud, con el apoyo de Grupo Bepensa.
- Todas las oficinas pasan por procesos de sanitización constantemente. También, se han instalado ozonificadores de aire que trabajan por las noches, procurando mantener el mayor grado de asepsia que es requerido por la autoridad. Todos los asistentes son pasados por tapetes sanitizantes, toma de temperatura y uso obligatorio de cubre-boca en las instalaciones.
- Todos los procesos de atención a clientes, como son pre-venta, distribución y cobranza, no se han visto interrumpidos. En todos los casos, se han aplicado las medidas necesarias, entregando a los participantes del proceso, caretas, gel anti-bacterial y guantes, y se les solicita mantener la sana distancia.
- Además se consolidaron modelos de capacitación e-learning y trabajo remoto y se han liderado 10 jornadas de vacunación contra COVID-19, aplicando más de mil dosis en apoyo al plan “Vacúnate RD” en República Dominicana. Así mismo se contó con diversas jornadas de Vacunación en México para la promoción y apoyo a los colaboradores para que obtengan sus diferentes dosis.
- Desarrollo de la App Salud Bepensa, donde se puso a disposición de los colaboradores una herramienta que permite registrar síntomas y seguimiento a casos de COVID-19, así como el registro de seguimiento de vacunación correspondiente.
- Así mismo, en relación con nuestros aliados hemos implementado programas de apoyo para mantener la operación de nuestros clientes para no tener cartera vencida, contar con el producto suficiente, otorgar gel anti-bacterial; así como, mantener Comités y órganos de toma de decisión lo más cercano al cliente para tener asertividad y oportunidad en la resolución de créditos o planes de apoyos que permitan a nuestros clientes continuar trabajando.
- Aceleramos nuestros desarrollos digitales y medios electrónicos de pago, los cuales están permitiendo a nuestros clientes tener diversos accesos y la omnicanalidad a todos los productos que regularmente recibían. Los procesos de recepción de pedidos a los clientes se han instrumentado con canales digitales propios.



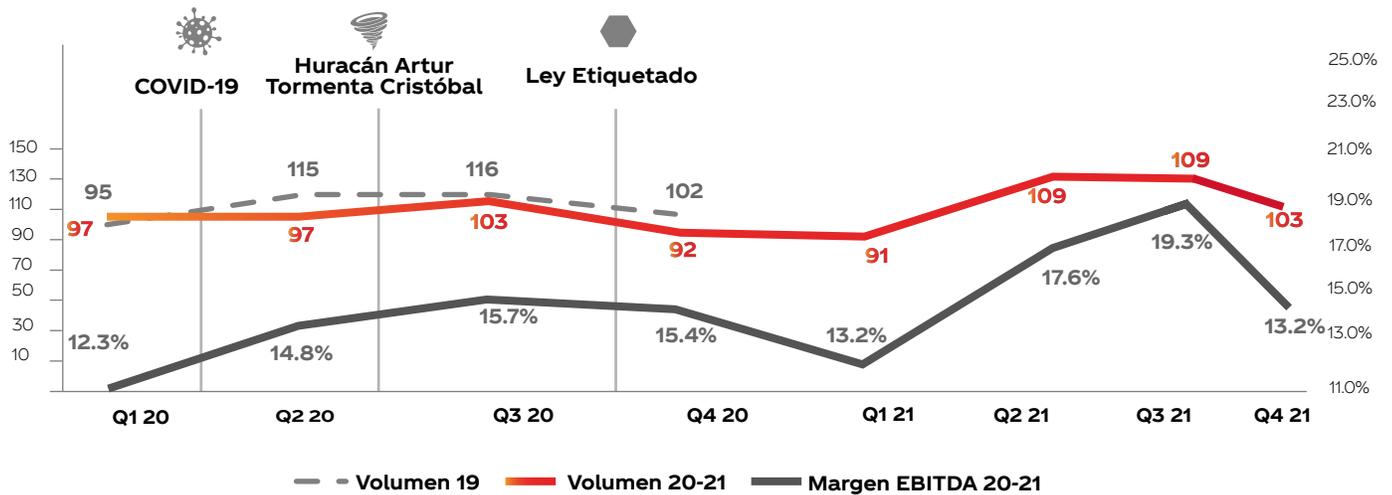
7.

Resiliencia y disciplina financiera probada ante escenarios adversos



En escenarios adversos, como los acontecidos en los años 2020 y 2021 (incluida la pandemia generada por la enfermedad COVID-19), Bepensa Bebidas ha mostrado resiliencia y disciplina financiera, realizando esfuerzos para capitalizar la recuperación del volumen de ventas y el impulso de iniciativas en términos de precio y empaques, lo cual pudimos materializar con la gradual reactivación y reapertura económica, misma que, durante el periodo en cuestión, permitió un aumento en la movilidad.

A continuación, se presenta la evolución del volumen de ventas y EBITDA durante 2020 y 2021:



OCUPACIÓN HOTELERA*

	Q1 20	Q2 20	Q3 20	Q4 20	Q1 21	Q2 21	Q3 21	Q4 21
Cancún	73	9	27	43	39	58	58	68
Riviera	72	6	23	30	26	54	58	70
Dominicana	68	0	23	31	35	45	55	69

Volumen en millones de caja unidad.
 *Ocupación Hotelera Cancún y Riviera 2021 Sedetur / Dominicana 2021 BanCentral
 1/ Cierre de la actividad hotelera en Dominicana a causa de la pandemia Covid-19

Huracán Artur, Tormenta Cristóbal y Ley de Etiquetado solo afectaron al territorio de México

Apéndice EEFF

Presentación

- 3 Mensaje del Director General
- 5 Mensaje del Director Financiero
- 6 Equipo de liderazgo experimentado y experto en la industria
- 10 Presencia
- 11 Resumen financiero y de sostenibilidad
- 16 Cadena de valor
- 17 Energía, sostenibilidad y gestión del agua
- 18 Economía circular

Marco estratégico

- 20 Procesos estratégicos
- 22 Principios guía y su relación con los ODS-ONU
- 23 Indicadores de reciclado, eficiencia uso agua y energías limpias

Corredores estratégicos

- 26 Indicadores de éxito
- 27 Marketing responsable
- 28 Digitalización del negocio
- 29 Aspectos de seguridad laboral
- 30 Transformación de la cultura organizacional y estrategia de Desarrollo Humano
- 33 Acciones ante la pandemia por COVID-19
- 34 Resiliencia y disciplina financiera probada ante escenarios adversos

Apéndice EEFF

- 41 Aviso legal

Apéndice EEFF

Estados de situación financiera consolidados

(Cifras en millones de pesos)

	Al 31 de diciembre de	
	2021	2020
Activos		
Efectivo y equivalente de efectivo	670	897
Clientes y cuentas por cobrar	1,780	1,123
Inventarios	939	920
Pagos anticipados	214	132
Otros activos	97	90
Total activos corrientes	3,700	3,161
Inversión en compañías asociadas	552	1,642
Propiedad, planta y equipo, neto	5,674	5,382
Activos por derecho de uso	109	84
Activos por impuestos diferidos	339	282
Otros activos no corrientes	771	781
Total del activo	11,144	11,331
Pasivo y capital contable		
Parte corriente de préstamos bancarios	199	2,010
Proveedores	1,121	709
Pasivo por arrendamiento corto plazo	21	23
Obligaciones corrientes por beneficios a los empleados	135	123
Impuestos y otras cuentas por pagar	1,572	1,291
Total pasivo corriente	3,049	4,156
Préstamos bancarios	226	1,571
Pasivos bursátiles	2,500	0
Arrendamiento largo plazo	89	65
Pasivos por impuestos diferidos	359	386
Obligaciones a largo plazo por beneficios a los empleados	604	715
Total del pasivo	6,828	6,890
Capital contable		
Capital Social	1,784	2,064
Utilidades acumuladas	2,716	2,726
Otras partidas de utilidad integral	(183)	(352)
Total del capital contable	4,317	4,438
Total de pasivo y capital contable	11,144	11,331

Estados consolidados de resultados

(Cifras en millones de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2021	2020
Utilidad		
Ingresos totales	15,344	13,119
Costo de ventas	(7,717)	(6,676)
Utilidad bruta	7,626	6,443
Gastos de operación:		
Gastos de administración y venta	(5,813)	(5,185)
Otros ingresos	28	46
Otros gastos	(35)	(44)
Utilidad de operación	1,806	1,260
Ingresos y gastos financieros		
Ingresos financieros	32	28
Intereses a cargo y otros costos financieros	(355)	(349)
Participación en la utilidad de compañías asociadas	37	129
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	1,520	1,068
Impuestos a la utilidad	(477)	(314)
Utilidad del ejercicio	1,043	754
Total utilidad básica por acción	65.88	40.47

Estados consolidados de flujo de efectivo

(Cifras en millones de pesos)

	Doce meses terminados en diciembre 31 de	
	2021	2020
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación		
Utilidad (pérdida) neta	1,043	754
Impuestos a la utilidad	477	314
Ingresos y gastos financieros, neto	323	321
Gastos de depreciación y amortización	638	651
Deterioro de valor de activo fijo	15	(1)
Participación en asociadas y negocios conjuntos	(37)	(129)
Movimientos en el capital de trabajo	583	226
Total ajustes para conciliar la utilidad (pérdida)	1,999	1,383
Impuestos a las utilidades reembolsados (pagados)	(308)	(164)
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	2,734	1,974
Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión		
Adquisiciones de activos	(1,354)	(741)
Venta de propiedades, planta y equipo	47	7
Préstamos otorgados	(4,980)	(3,392)
Cobro de préstamos e intereses	4,624	3,314
Dividendos recibidos	20	15
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de inversión	(1,643)	(797)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento		
Importes procedentes de préstamos	8,655	4,955
Pago de préstamos y otros pasivos	(9,377)	(4,127)
Dividendos pagados	(311)	(1,100)
Intereses pagados	(201)	(248)
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de financiamiento	(1,234)	(519)
Incrementos antes de variación en la tasa de cambio	(143)	657
Variación en la tasa de cambio	(85)	19
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(228)	676
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	897	221
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	670	897

Estados consolidados de cambios en el capital contable

(Cifras en millones de pesos)

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2021 y 2020

	Capital social	Utilidades acumuladas	Otras partidas de pérdida integral	Utilidad integral	Total del capital contable
Saldos al 31 de diciembre de 2019	2,064	3,077	(306)		4,835
Ajustes de períodos pasados en resultados acumulados		(5)	(2)		(8)
Decreto de dividendos		(1,100)			(1,100)
Utilidad neta		754		754	754
Otras partidas de utilidad integral, neto del impuesto a la utilidad diferido			(44)	(44)	(44)
Utilidad integral del año				710	
Saldos al 31 de diciembre de 2020	2,064	2,726	(352)		4,438
Efecto de Escisión	(280)	(742)	15		(1,008)
Decreto de dividendos		(311)			(311)
Utilidad neta		1,043		1,043	1,043
Otras partidas de utilidad integral, neto del impuesto a la utilidad diferido			155	155	155
Utilidad integral del año				1,198	
Saldos al 31 de diciembre de 2021	1,784	2,716	(183)		4,317

Contacto

Comunicación Corporativa

Andrés Octavio Zentella Ortega

Relación con Inversionistas

Juan Carlos Martín Ruiz

José León Hoyos

Juan Alfonso Cristerna Delgado

Bepensa Bebidas, S.A. de C.V.

Calle 60 Diagonal No. 496
Fracc. Parque Industrial Yucatán
C.P. 97300, Mérida, Yucatán.

+52 (999) 930 2626 ext. 1340

atencioninversionistas@bepensa.com

www.bepensa.com/bepensabebidas



Aviso legal

Este documento es únicamente para efectos informativos y contiene un resumen de la información divulgada en los suplementos, reportes anuales, reportes trimestrales y el resto de información presentada ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) y la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. (“BMV”), otros foros organizados por Bepensa Bebidas, S.A. de C.V., y a lo publicado por esta en su página web, conforme a las disposiciones legales que obligan a la misma en su carácter de Emisora.

Los datos, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en el mismo han sido elaborados por Bepensa Bebidas, S. A. de C. V. con la finalidad de proporcionar información general a la fecha del presente documento, la cual está sujeta a cambio sin previo aviso.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud de compra o suscripción de valores o de otros instrumentos o de realización o cancelación de inversiones, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Ninguna parte de este documento podrá reproducirse, llevarse o transmitirse a aquellos países (o personas o entidades de los mismos) en los que su distribución pudiera estar prohibida por la normatividad aplicable. El incumplimiento de estas restricciones podrá constituir infracción de la legislación de la jurisdicción relevante.